

JERATAN PANGAN GLOBAL

Tri Hadiyanto Sasongko¹

Abstract

The continuous agricultural practice has been very much carried out either by peasants, NGOs, government, or academicians. The continuous agriculture is one of the alternative ways to achieve food sovereignty. Food sovereignty is strategic tool in order to guarantee the continuous future of agriculture. Nevertheless, the continuous agricultural practice initiated by NGOs tends to focus the activities on the production and distribution aspects only, whereas the food aspect still lacks attention. Food is human's unchangeable need. Therefore, it is normal if food and the consumption pattern accompanied get attention, time shared, balance energy, with other aspects (production and distribution). As a matter of fact, in daily lives, the three aspects (production, distribution, consumption) are not only strongly related to one another, but also overlapped with one another so that it is hard to separate them firmly.

Homogenitas Pangan: Kolonialisme Kontemporer

Telah banyak studi dan kajian yang menunjukkan bahwa kapitalisme dan komersialisasi pangan² telah merambah ke ranah konsumsi. Sebagai contoh, Ritzer (1996), Muhtaman, Aliadi,

dan Kartika (1999), Setiawan (2003), Baudrillard (2004), Saliem, Suhartini, Purwoto, dan Hardono (2004), Schlosser (2004), dan Jatmiko (peny.) (2005) memaparkan bahwa telah terjadi proses kapitalisme dan komersialisasi komoditi³ pangan yang

¹ Staf Peneliti Divisi Agraria di Yayasan AKATIGA.

² Ketika pangan diperjualbelikan untuk menumpuk keuntungan sebesar-besarnya.

³ Komoditi dapat diartikan sebagai benda-benda yang memiliki nilai ekonomi (Appadurai 1986).

dimotori oleh berbagai perusahaan multinasional (MNC).

Seiring dengan makin berkembangnya kapitalisme pertanian menjadi industri setara manufaktur, terjadi pula perkembangan industri pangan (*food industry*). Salah satunya dengan tumbuhnya industri pemrosesan pangan (*food-processing industry*) serta gerai pangan skala besar (*large-scale food retailers*) (Setiawan 2003:45). Salah satu contoh paling nyata adalah menjamurnya berbagai restoran siap saji di seluruh penjuru dunia. Saat ini hampir tidak ada kota besar di berbagai negara yang tidak disinggahi oleh *McDonald's*, *Kentucky Fried Chicken*, dan sebagainya. Contoh lainnya adalah semakin membanjirnya produk pangan instan (mi, kopi, sup, nasi goreng, dan sebagainya) di berbagai pelosok, mulai dari toko swalayan hingga pasar tradisional.

Meskipun tak banyak gerai makanan siap saji di perdesaan, namun bukan berarti praktik kapitalisme pangan tidak menembus kawasan tersebut. Maraknya pemberitaan mengenai penggunaan formalin sebagai bahan pengawet pangan seperti pada tahu, ikan asin, dan mi basah, merupakan salah satu buktinya. Beberapa pengu-

saha pangan kecil dan mikro hampir tidak sempat memikirkan mutu pangan dari sisi kesehatan karena yang penting adalah uang.⁴ Penggunaan formalin merupakan salah satu siasat mereka menekan biaya produksi seminimal mungkin sekaligus memperbesar rentang (*margin*) keuntungan yang akan diraih. Perilaku tersebut dapat dilihat sebagai salah satu praktik "kapitalisme kecil" yang dilakukan oleh para pengusaha pangan skala kecil dan mikro. Namun demikian hal tersebut juga dapat dimaknai sebagai suatu strategi bertahan hidup (*subsistensi*) bila ternyata keuntungan yang diraih hanya sebatas memenuhi kebutuhan pokok mereka semata dan tidak dapat diakumulasikan. Dengan demikian, terdapat "daerah abu-abu" antara perilaku "kapitalisme kecil" dan strategi *subsistensi* pada pengusaha kecil and mikro.

Salah satu kunci sukses kapitalisme dan komersialisasi pangan adalah homogenitas atau keseragaman. Bagi restoran siap saji, homogenitas dalam konteks ini berarti mereka memberikan produk dan layanan yang sama persis pada lokasi-lokasi yang beraneka macam (Schlosser 2004:6–7). Dengan demikian, seseorang akan mendapatkan rasa pangan yang sa-

⁴ Pikiran Rakyat, 16 Januari 2006.

ma, kualitas pangan (gizi) yang sama, pelayanan yang sama, hingga suasana yang sama di gerai mana pun ia makan, entah itu di Bandung, Mesir, India, bahkan hingga ke Kutub Utara sekalipun. Homogenitas ini, menurut Ritzer, menyebabkan orang susah sekali mendapatkan pangan asli yang benar-benar berbeda yang masih memiliki karakter aslinya (Ritzer 1996: 136–137). Bagi produk pangan instan, homogenitas juga menjadi senjata utama kaum kapitalis. Produk pangan instan biasanya dilengkapi dengan berbagai bumbu yang telah ditakar ukurannya serta petunjuk cara memasaknya. Hal ini meminimalkan terjadinya perbedaan pemasakan dan penyajian yang biasa terjadi pada pangan tradisional.

Proses homogenisasi tersebut juga didukung oleh kuatnya pencitraan komoditi yang ditawarkan melalui berbagai iklan di media massa. Salah satu citra yang ditawarkan adalah citra modern dan gaya hidup baru di berbagai pelosok negeri. Ada penciptaan “norma baru” di masyarakat seolah-olah orang menjadi begitu *udik* dan ketinggalan zaman bila belum pernah menyantap pizza, hamburger, serta berbagai produk pangan instan lainnya. Pangan siap saji dan produk instan dianggap pangan elite oleh sebagian besar masyarakat kita

(Khudori 2005:85). Kapitalis industri makanan memang sangat lihai. Mereka tidak hanya berhasil menciptakan berbagai jenis pangan siap saji, tetapi juga “menciptakan kebudayaan”. Makan bukan hanya urusan perut, melainkan juga gaya hidup (Redana 1997). Dengan menyantap pangan siap saji atau produk instan, konsumen tidak hanya akan terasa kenyang, tetapi juga akan terdongkrak kelas sosialnya (karena mampu menyantap “pangan elite”).

Pola makan di kota-kota besar berubah dari pola tradisional yang banyak mengandung karbohidrat dan serat ke arah pola makan dengan kandungan protein, lemak, dan garam yang tinggi tetapi miskin serat. Melalui promosi (pencitraan) besar-besaran di berbagai media massa, pola konsumsi didikte (baca: dijah) oleh kapitalisme. Kredonya adalah kepraktisan. Tidaklah mengherankan bila kini produk-produk cepat saji atau instan menjamur di mana-mana, dari kota-kota besar hingga ke desa-desa terpencil di pelosok nusantara. Produk mi instan misalnya, disinyalir oleh Eviandaru dkk. (2001), telah muncul sebagai pangan alternatif pengganti nasi. Hal tersebut didasari pada suatu kenyataan bahwa telah terjadi penurunan konsumsi beras pada masyarakat berpenghasilan relatif tinggi kare-

na beras telah menjadi bahan inferior (Amang dan Sawit 2001). Bila kini kita masih mendengar istilah "belum makan jika belum makan nasi," bukan tidak mungkin kelak kita akan mendengar istilah "belum makan jika belum makan mi instan".

Homogenisasi pangan tersebut pada akhirnya menciptakan homogenisasi pola makan. Hal ini terjadi pada era Orde Baru dengan program pembebasan nasional yang dimulai sejalan dengan dibentuknya Bulog (Badan Urusan Logistik; sebelumnya Komando Logistik Nasional) pada tahun 1966. Keanekaragaman pola makan yang khas dari berbagai suku dan daerah di Indonesia secara perlahan menghilang dan bergeser ke satu jenis pangan, yaitu beras. Seorang pakar seperti Profesor Mubyarto bahkan memandang, jika rakyat suatu daerah tidak makan nasi, daerah itu disebut miskin (Khudori 2005:48). Beras, yang kemudian diolah menjadi nasi, pada perkembangannya menjadi "kultus". Pepatah *mencari sesuap nasi* menunjukkan bahwa nasi memiliki

nilai yang sangat tinggi di masyarakat dan dianalogikan dengan rezeki.

Homogenisasi pola makan tersebut, terlebih pada produk pangan instan, jelas merupakan suatu berita buruk bagi prakarsa membangun kedaulatan pangan.⁵ Kedaulatan pangan adalah suatu kondisi ketika rakyat miskin (termasuk petani) memiliki akses dan kontrol terhadap sumber daya yang penting bagi mereka. Produksi dan distribusi pangan instan jelas merupakan sesuatu yang relatif berada di luar akses dan kontrol petani. Hal ini tidak hanya membuat petani menjadi sangat tergantung pada sistem pasar yang tidak berpihak pada petani, tetapi juga akan mematikan produksi pangan dan industri pangan di tingkat lokal. Yang paling mengerikan, cengkeraman kuku kapitalisme pangan kini tidak datang melalui tindakan yang represif dan todongan senjata, tetapi melalui bujuk rayu yang manis (namun beracun) melalui pencitraan besar-besaran di media massa.

5 Untuk keterangan lebih lanjut tentang kedaulatan pangan dapat merujuk pada beberapa literature, diantaranya: Bonnie Setiawan (2003). *Globalisasi Pertanian: Ancaman Atas Kedaulatan Bangsa dan Kesejahteraan Petani*, Jakarta: The Institute for Global Justice; Anonim (2004), *Violation of Human Rights of Peasants - Report on Cases and on Pattern of Violation*, FIAN-La Via Campesina, Honduras; A. Ya'kub (2004), *Pandangan dan Sikap Dasar Federasi Serikat Pekerja Indonesia (FSP/)*, Jakarta; Khudori (2005), *Lapar: Negeri Salah Urus!*, Yogyakarta: Resist Book; serta Witoro (2005), *Kedaulatan Pangan: Sebuah Pengantar*, Bogor: Koalisi Rakyat untuk Kedaulatan Pangan: Atau dapat juga diakses pada situs: www.viacampesina.org dan www.sovereignty.org.uk/features/articles/root2.html.

Boks 1

Dampak Globalisasi Pangan Pada Petani

Pada aspek **produksi**, petani dipaksa untuk lebih melayani kebutuhan pihak luar (baca: masyarakat kota) daripada kebutuhan komunitasnya. Dengan demikian, apa yang diproduksi dan bagaimana cara memproduksinya akan sangat ditentukan oleh kebutuhan konsumen (masyarakat kota). Dalam hal ini petani sudah mulai kehilangan kedaulatannya karena tidak dapat menentukan sendiri apa saja yang ditanamnya dan bagaimana cara menanamnya. Salah satunya adalah dengan besarnya ketergantungan pada berbagai asupan mulai dari pupuk, pestisida, hingga benih pabrikan.

Pada aspek **distribusi**, petani juga akan dihadapkan pada mekanisme distribusi yang berorientasi pada mekanisme pasar. Salah satunya adalah adanya kecenderungan untuk mengekstraksi semua komoditi pangan yang laku di pasaran keluar dari kawasan perdesaan tersebut. Hal ini tentu saja akan merugikan petani karena pada kenyataannya selama ini mekanisme pasar tidak pernah berpihak pada petani. Pada tahapan ini pula rentang harga di tingkat produksi dan konsumsi terjadi. Pihak yang mendapatkan keuntungan terbesar adalah agen yang bermain pada tahapan distribusi ini. Petani sebagai produsen dan konsumen pada umumnya tidak memiliki akses dan kontrol pada proses distribusi tersebut.

Pada aspek **konsumsi**, ketika petani sudah memproduksi apa yang bukan menjadi kebutuhannya dan dipengaruhi oleh besarnya intervensi pasar, mereka akan banyak tergantung pada berbagai produk luar untuk memenuhi kebutuhan (pangan)nya yang tentunya didapat melalui sistem pasar. Konsumen juga terpaksa mengakses pasar dengan harga yang sangat tinggi bila dibandingkan harga produksi. Selain itu masyarakat perdesaan juga relatif sudah mulai terkena homogenisasi panganan. Salah satu indikatornya adalah makin banyaknya panganan pabrikan yang masuk ke perdesaan dan makin langkanya makanan tradisional yang diproduksi di kawasan tersebut.

Untuk menunjang usaha memenuhi kebutuhan masyarakat kota tersebut dibuatlah berbagai mekanisme **kebijakan** (baik dalam aspek produksi, distribusi, dan konsumsi), program, dan institusi untuk meningkatkan surplus produksi dan mengekstraknya keluar dari lingkaran masyarakat produsen di tingkat lokal perdesaan. Karena pihak yang berkepentingan dengan surplus itu bukanlah masyarakat produsen itu sendiri, maka semua mekanisme tersebut dibuat oleh dan untuk kepentingan pelaku pasar (distributor dan konsumen), bukan oleh dan untuk kepentingan petani selaku produsen pangan. Dari sisi konsumsi, berbagai kebijakan yang mendorong masuknya berbagai industri panganan pabrikan yang mengatasnamakan pertumbuhan ekonomi desa juga kian gencar dijalankan.

Pertanian Berkelanjutan, Jalan Menuju Kedaulatan Pangan?

Praktik-praktik kegiatan pertanian berkelanjutan (*sustainable agriculture*)⁶ sebenarnya telah banyak dilakukan baik oleh petani, LSM, pemerintah, maupun kalangan akademisi di berbagai kawasan di dunia dan Indonesia. Pertanian berkelanjutan dipercaya merupakan salah satu alternatif jalan untuk mencapai kedaulatan pangan. Kedaulatan pangan merupakan suatu alat yang strategis guna menjamin keberlangsungan masa depan pertanian.

Konsep kedaulatan pangan⁷ adalah suatu alat untuk menghapus kelaparan dan kekurangan gizi serta untuk menjamin ketahanan pangan yang seterusnya dan berkelanjutan bagi semua orang. Penulis mendefinisikan kedaulatan pangan sebagai seperangkat hak rakyat untuk menentukan kebijakan dan strategi mereka sendiri atas produksi, distribusi, dan konsumsi pangan yang berkelanjutan yang menjamin hak atas pangan

bagi masyarakat (IUF, UITA, dan UIL 2002:8 dalam Setiawan 2003:123—124). Kedaulatan pangan bukan hanya sekadar seperangkat hak, tetapi suatu kondisi ketika masyarakat (petani) memiliki akses dan kontrol terhadap sumber-sumber agraria sehingga mereka mampu menentukan sendiri apa yang harus diproduksi, bagaimana cara memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi dengan cara dan mekanisme yang memang paling tepat bagi mereka (Hadiyanto dan Sari 2005).

Kedaulatan pangan merupakan suatu kondisi ketika petani memiliki akses dan kontrol pada sumber daya yang penting bagi mereka, sehingga pertanian berkelanjutan menjadi salah satu prasyarat tersedianya sumber daya tersebut bagi para petani. Tanpa adanya pertanian yang berkelanjutan, tidaklah mungkin akan tersedia sumber daya yang cukup bagi petani untuk diakses dan dikontrol.

Kata keberlanjutan sekarang ini digunakan secara meluas dalam banyak

⁶ Untuk keterangan tentang pertanian yang berkelanjutan dapat dilihat pada beberapa literatur, diantaranya: Coen Reijntjes, Bertus Haverkot, dan Ann Water-Bayer (1999), *Pertanian Masa Depan: Pengantar Untuk Pertanian Berkelanjutan Dengan Input Luar Rendah*, Yogyakarta, Penerbit Kanisius; Fernando Funes, Luis Garcia, Martin Bourque, Nilda Pérez, dan Peter Rosset (2002), *Sustainable Agriculture and Resistance: Transforming Food Production in Cuba*, California, Food First Books; Wangsit dan Supriyana (peny.) (2003), *Belajar Dari Petani: Kumpulan Pengalaman Bertani Organik*, Yogyakarta, SPTN-HPS, Lesman, Mitra Tani; dan sebagainya.

⁷ Definisi ini diajukan dalam Deklarasi Final dari World Forum on Food Sovereignty di Havana, Kuba, tanggal 7 September 2001

hal. Namun, apa arti sesungguhnya kata ini? Keberlanjutan dapat diartikan sebagai 'menjaga sesuatu agar terus berlangsung', atau 'kemampuan untuk bertahan dan menjaga agar tidak merosot'. Dalam konteks pertanian, keberlanjutan berarti kemampuan untuk terus mempertahankan kehidupan dengan memanfaatkan dan menjaga sumber daya. Sumber daya yang dimaksud mencakup sumber daya alam, sumber daya sosial, teknologi, aktor-aktor yang terlibat dalam sistem nafkah, tingkat keberlanjutan (*permanency*), dan sebagainya. Sementara itu, Technical Advisory Committee of the CGIAR⁸ (TAC/CGIAR 1988) mendefinisikan pertanian berkelanjutan (*sustainable agriculture*) sebagai pengelolaan sumber daya yang berhasil untuk usaha pertanian guna membantu kebutuhan manusia yang berubah sekaligus mempertahankan atau meningkatkan kualitas lingkungan dan melestarikan sumber daya alam (Reijntjes, Haverkort, dan Water-Bayer 1999).

Konsep pertanian yang berkelanjutan muncul sebagai respons atas terjadinya kemunduran kualitas sumber daya alam yang disebabkan oleh cara-cara pertanian modern yang banyak

menggunakan bahan-bahan kimia. Hal ini memunculkan kebutuhan adanya perubahan besar pada sistem pertanian modern agar lebih ramah lingkungan, bersifat sosial, dan ekonomis. Salah satu solusinya difokuskan pada mengurangi—atau bahkan menghilangkan sama sekali—penggunaan bahan-bahan kimia seperti pupuk dan pestisida pabrikan. Hal ini dapat dilakukan melalui perubahan sistem dan manajemen pertanian seperti penggunaan bahan-bahan organik dan pengendalian hama terpadu (Funes, Garcia, Bourque, Pérez, dan Rosset 2002).

Meskipun pada awalnya pertanian yang berkelanjutan lebih didasari oleh aspek-aspek ekologis, pada perkembangannya kegiatan pertanian berkelanjutan juga memiliki beberapa aspek lain.⁹ Secara umum aspek-aspek tersebut adalah:

1. *Aspek ekologi*; yaitu penerapan sistem pertanian berkelanjutan yang menekankan pada penggunaan berbagai asupan organik seperti pupuk dan pestisida organik (nonkimia dan pabrikan) diharapkan dapat mengembalikan kesuburan agroekosistem secara keseluruhan yang telah banyak

⁸ Consultative Group on International Agricultural Research.

⁹ <http://www.biocert.or.id/mitra-gitapertiwi.php>.

tercemar oleh berbagai pestisida dan pupuk kimia.¹⁰

2. *Aspek ekonomi*; dikurangnya (bahkan pada batas tertentu dihilangkan sama sekali) penggunaan asupan pabrikan diharapkan dapat mendatangkan penghasilan yang cukup untuk mengembalikan tenaga dan biaya yang dikeluarkan serta meningkatkan kesejahteraan rumah tangga petani. Keberlanjutan ekonomi ini bukan hanya diukur dari produk usaha tani, melainkan dari fungsi lain seperti melestarikan sumber daya alam dan meminimalkan risiko.¹¹
3. *Aspek sosial budaya* pertanian berkelanjutan adalah adanya peningkatan kapasitas baik SDM ataupun institusi yang dilakukan dengan cara belajar bersama untuk membangun kelompok, membuat jaringan komunikasi antarkelembaga, dan menggalang kekuatan bersama untuk melakukan advokasi sesuai dengan kapasitas dan kebutuhan kelompok.¹²
4. *Aspek politik* yang muncul dari pertanian berkelanjutan adalah adanya kesadaran dan perlawanan untuk lepas dari derasnya laju komersialisasi pertanian yang dilakukan oleh perusahaan multina-

sional (*Multinational Corporation/ MNC*). Salah satunya adalah dengan meminimalkan tingkat ketergantungan pada berbagai asupan kimia produksi perusahaan-perusahaan tersebut sekaligus membeberdayakan diri dengan kemampuan untuk mengelola pertanian secara terpadu dan mandiri.

Keempat aspek tersebut dapat dikatakan merupakan prasyarat dari terlaksananya pertanian yang berkelanjutan. Keempat aspek itu tidak merupakan sesuatu yang terpisah satu sama lainnya, tetapi sebagai satu kesatuan yang utuh yang sifatnya saling melengkapi dan menunjang. Mengintegrasikan keempat aspek tersebut dalam suatu program kerja memang bukan pekerjaan yang mudah. Meskipun demikian hal tersebut tidak menyurutkan semangat beberapa pihak untuk tetap berusaha melaksanakan kegiatan pertanian yang berkelanjutan.

Daulat Tani: Pejuang Pertanian Berkelanjutan

Salah satu dari sekian banyak LSM pejuang pertanian berkelanjutan adalah Yayasan Daulat Tani (bukan nama se-

¹⁰ <http://www.lablink.or.id/Agro/agr-sust.htm>.

¹¹ Lihat Reijntjes, Haverkort dan Water-Bayer, 1999 hal 2.

¹² <http://www.biocert.or.id/mitra-gitapertiwi.php>.

benarnya), yang berdomisili di Provinsi Jawa Tengah. Daulat Tani adalah sebuah lembaga independen nonpemerintah yang didirikan oleh Jaringan Kelompok Tani yang bercita-cita melestarikan kehidupan lingkungan pertanian untuk mewujudkan kemandirian keluarga tani laki-laki, perempuan secara adil terhadap sesama petani, lingkungan, serta pihak-pihak yang terkait dengan petani dan pertanian. Daulat Tani memiliki visi untuk mewujudkan kelestarian lingkungan pertanian untuk kemandirian petani dan keluarganya dari segi sosial, budaya, ekonomi, teknik, dan politik. Sementara itu, misi yang diembannya adalah untuk memfasilitasi terbentuknya organisasi tani yang mampu mengelola lingkungan sumber pangan dan ekonomi secara berkelanjutan.

Pada tataran teknis, Daulat Tani mengejawantahkan pertanian berkelanjutan dengan beberapa program sebagai berikut:

1. *Aspek ekologis* dilakukan dengan cara melakukan pendampingan petani dalam bidang budidaya (dan pengelolaan hasil pertanian). Kegiatan pendampingan petani tersebut dilakukan dalam kerangka pertanian alami yang ramah lingkungan dengan meminimalkan penggunaan asupan kimia.
2. *Aspek ekonomi* tampak pada kegiatan:
 - (a) *Sapi dan Kerbau Gaduan*. Pinjaman sapi pada kelompok tani ini dilakukan atas suatu kesadaran bahwa ternak merupakan salah satu elemen penting dalam kegiatan pertanian berkelanjutan. Selain tenaganya dapat digunakan untuk membajak sawah, kotoran ternak yang bersangkutan juga merupakan bahan baku pembuatan pupuk organik yang ramah lingkungan.
 - (b) *Pasar Tani Alami*. Lembaga ini dibentuk dalam rangka meningkatkan nilai jual hasil produk pertanian secara adil, dengan cara:
 - o memfasilitasi petani dalam melakukan pendataan hasil produksinya,
 - o memfasilitasi petani untuk mempertahankan kualitas produk yang dijual,
 - o memfasilitasi pemasaran hasil panen petani dengan harga yang adil, dan
 - o memfungsikan lumbung-lumbung kelompok yang masih ada

Saat ini pasar tani tengah bekerjasama dengan sebuah perusahaan distributor beras asal

Jakarta yang memasarkan beras (organik) petani ke Jakarta dengan harga lebih tinggi dari harga pasar.

- (c) *LKP (Lembaga Keuangan Petani)*. Tujuan pembentukan lembaga ini adalah untuk mempermudah petani dalam mengakses keuangan. Kegiatan yang dilakukan adalah dengan memberikan pinjaman lunak tanpa agunan pada petani.
3. *Aspek sosial budaya* terdapat dalam kegiatan peningkatan kualitas SDM petani dan lembaga melalui proses belajar bersama dalam kelompok. Pengetahuan yang dipelajari bukan hanya mengenai teknis pertanian seperti bagaimana cara pengendalian hama terpadu, melainkan juga manajemen kelompok.
4. *Aspek politis* yang muncul dalam kegiatan yang dilakukan oleh Daulat Tani pada kegiatan pendidikan kritis yang ada dalam setiap pendampingan kelompok tani. Salah satu materi yang diberikan adalah pentingnya pengorganisasian petani. Dalam kelompok tersebut ditanamkan nilai-nilai penting kolektivitas dan kebersamaan guna memecahkan masalah yang dihadapi sehari-hari, baik masalah dalam pertanian maupun nonpertanian.

Berdasarkan uraian kegiatan di atas, tampak bahwa Daulat Tani masih menitik-beratkan kegiatannya pada aspek *produksi, distribusi, dan pengorganisasian*. Sejauh ini Daulat Tani memang telah menunjukkan dedikasi yang luar biasa dalam melaksanakan program-programnya. Hasil riset yang dilakukan AKATIGA di Boyolali (2005) menunjukkan bahwa program kerja Daulat Tani secara nyata telah memberikan manfaat bagi masyarakat, baik yang secara langsung menjadi anggota dampingan maupun yang tidak.

“Tak ada gading yang tak retak” begitu kata orang bijak. Saya melihat masih ada satu aspek yang belum terangani yaitu aspek *konsumsi*. Daulat Tani sebetulnya telah menyadari pentingnya pemahaman dan pengetahuan mengenai aspek konsumsi tersebut. Namun dengan segala keterbatasan yang dimilikinya, hingga saat ini mereka memang belum dapat mengejawantahkannya dalam suatu kegiatan yang nyata. Pemahaman masyarakat secara menyeluruh mulai dari aspek produksi, distribusi, dan konsumsi disadari memang menjadi modal yang sangat berharga guna menjalankan program *sustainable agriculture*. Pertanian berkelanjutan, dipahami oleh Daulat Tani, bukan melingkupi sektor pertanian (pertanian alami yang ramah lingkungan dengan

meminimalkan penggunaan asupan kimia) semata, melainkan juga meluas hingga ke sektor nonpertanian.

Bagaimanapun, pada kenyataannya, aspek produksi, distribusi dan konsumsi, serta kebijakan yang melingkupinya merupakan suatu rantai yang saling terkait. Saat ini laju globalisasi dan komersialisasi pertanian sangat merugikan petani dan kini telah merambah hampir ke segala sektor mulai dari aspek produksi, distribusi dan konsumsi, serta berbagai kebijakan yang melingkupinya.¹³ Sebagai alat untuk mencapai kedaulatan pangan tentunya sangat signifikan bagi pertanian berkelanjutan untuk memperhatikan ketiga aspek tersebut secara menyeluruh.

Komersialisasi Pangan di Perdesaan

Mi Instan: Konstruksi Modernitas

Meskipun tidak banyak restoran siap saji yang telah merambah hingga ke perdesaan, bukan berarti proses homogenisasi dan komersialisasi pangan tidak menyentuh kawasan tersebut. Semakin baiknya sarana trans-

portasi dan informasi turut menyebabkan semakin berlimpahnya komoditi panganan pabrikan ke desa dan makin tingginya tingkat konsumsi produk-produk tersebut. Kini banyak produk seperti mi instan, agar-agar, dan *biscuit*, dapat dijumpai di mana-mana, mulai dari toko swalayan terkemuka di kota besar hingga ke warung-warung kecil di pelosok desa.

Khusus untuk mi instan, produk ini memang bukan hanya menjadi idola bagi konsumen, namun juga menjadi primadona bagi para produsen. Alasannya? Jelas karena besarnya keuntungan yang dijanjikan. Contohnya adalah PT Indofood Sukses Makmur. Per 31 Maret 2003, Indofood telah meraih penjualan bersih sebesar Rp. 4,3 triliun.¹⁴ Tak mengherankan jika dalam sepuluh tahun terakhir konsumsi bahan pangan dari terigu meningkat sangat pesat. Indonesia mengimpor gandum sekitar 4 ton setahun. Konsumsi terigu itu dipakai untuk industri bahan pangan bakmi basah (32%), mi instan (20%), *biscuit* (20%), roti (15%), mi telur (8%) dan sisanya 5% dikonsumsi langsung oleh masyarakat. Mi instan sebagai panganan yang berbahan baku gandum

¹³ Lihat Ritzer (1996), Muhtaman, Aliadi, dan Kartika (1999), Sosialismanto (2001), Setiawan (2003), Schlosser (2004), Saliem, Suhartini, Purwoto dan Hardono (2004), Jatmiko (Editor) (2005), serta Hadiyanto dan Sari (2005).

¹⁴ Sinar Harapan, 30 April 2003.

pun menjadi laris-manis. Sepanjang tahun 2000, dari 50-an *brand names*, sekitar 8,6 miliar bungkus ludes terjual (Khudori 2005:160—161).

Sukses besar bisnis mi instan tersebut juga berdampak hingga ke kawasan perdesaan. Salah satunya tampak pada studi yang dilakukan AKATIGA di Boyolali yang menunjukkan bahwa di kawasan penelitian telah muncul kecenderungan bahwa mi instan merupakan makanan alternatif pengganti makanan pokok mereka (nasi). Dukuh Subur dan Dukuh Makmur (bukan nama sebenarnya) yang menjadi kawasan penelitian merupakan suatu kawasan pertanian sawah dengan irigasi teknis. Berlimpahnya pasokan air di kawasan tersebut membuat petani mampu menanam sawahnya hingga tiga kali dalam setahun. Adanya kebiasaan di tiap-tiap rumah tangga¹⁵ menyisihkan sebagian hasil panennya sebagai cadangan pangan hingga musim panen berikutnya membuat ketersediaan

pangan di Dukuh Subur dan Dukuh Makmur telah relatif tercukupi. Hal ini diperkuat oleh pengakuan beberapa informan yang menyatakan bahwa dukuh mereka tidak pernah mengalami masa paceklik atau kekurangan pangan. Adanya lumbung pangan di setiap rumah tangga merupakan salah satu jaring pengaman yang mampu menjamin ketersediaan pangan di kawasan penelitian.

Namun, bukan berarti kawasan tersebut sama sekali terbebas dari pengaruh komersialisasi pangan. Data lapangan menunjukkan bahwa panganan alternatif pengganti nasi yang paling favorit adalah mi instan. Lebih spesifik lagi, sebagian besar informan merujuk pada suatu merek mi instan tertentu, yaitu Indomie. Populernya mi instan sebagai makanan pengganti nasi disinyalir juga terjadi di banyak tempat. Studi AKATIGA di Klaten (2004)¹⁶ juga menunjukkan gejala yang sama (lihat studi kasus boks 2).

¹⁵ Rata-rata penguasaan sawah di kawasan tersebut adalah 0.2 Ha untuk setiap rumah tangga.

¹⁶ Lihat Hadiyanto dan Sari (2005).

Boks 2

Mi Instan Sang Idola Baru

Tingkat popularitas mi instan tersebut jauh melebihi makanan tradisional seperti singkong rebus dan *gaplek*. Ibu W misalnya, mengatakan dirinya dan keluarganya hampir tidak pernah memakan singkong rebus sebagai kudapan ataupun panganan pengganti nasi. Bagi mereka singkong merupakan makanan ternak, bukan makanan bagi manusia. Untuk alasan itu pulalah Bu W membudidayakan tanaman singkong di halaman rumahnya. Setiap hari Bu W memanen singkongnya untuk makanan kambing miliknya.

Bila keluarga Ibu W sedang bosan memakan nasi, maka biasanya beliau memasak mi instan. Bu W mengatakan kedua anaknya bahkan telah mempunyai rasa kesukaan tersendiri. Anak yang pertama lebih menyukai rasa ayam bawang sementara yang bungsu favoritnya adalah mi goreng. Apalagi bila ada pertandingan sepak bola Liga Inggris dan Italia yang disiarkan salah satu stasiun TV swasta setiap minggunya, sambil menonton sepak bola, mereka berdua biasanya membuat mi instan sebagai "teman wajib" menonton.

Alasan yang diajukan oleh Bu W adalah memasak *mie instant* lebih praktis dan cepat. Karena kepraktisannya itu maka anak bungsunya yang baru berumur 10 tahun sudah bisa memasak mi sendiri. Alasan lain yang diajukan adalah karena di Dukuh Subur dan Dukuh Makmur tidak terdapat warung atau rumah makan. Hal ini menyebabkan warga dukuh memang harus memasak di rumah masing-masing

Populernya mi instant di perdesaan disebabkan oleh banyak hal. Selain karena ditunjang oleh sarana dan prasarana yang memadai seperti jalan dan pasar yang semakin baik, juga karena gencarnya pencitraan produk tersebut melalui iklan-iklan di media massa. Lewat pencitraan visual, sebuah produk mi instan mengklaim dirinya sebagai makanan keluarga. Iklan tersebut menampilkan sosok-sosok yang mewakili berbagai kalangan, mulai dari seorang kiai

lengkap dengan kopiah dan sajadah di pundaknya, anak-anak, wanita karier, ibu rumah tangga, buruh bangunan, mahasiswa, petani, dan sebagainya. Pencitraan tersebut merupakan upaya untuk mengukuhkan produknya sebagai makanan yang "menembus batas kelas sosial". Makanan yang tidak memerlukan dikonsumsi kelas atas, sekaligus terjangkau oleh kelas bawah.

Pengiklanan tersebut secara khusus mampu menanamkan beragam citra

pada produk yang ditawarkan yang memanipulasi konsumen untuk terus-menerus menggunakan produk mereka (Featherstone 2001:33—34). Sebuah iklan mi instan lainnya di televisi sangat menekankan pada sisi kepraktisan dan siap disantap tanpa persiapan waktu yang lama. Mi instan juga mudah disajikan oleh siapa saja, termasuk oleh anak lelaki, sehingga tidak mengharuskan perempuan untuk menghabiskan waktunya bekerja di dapur, sebagaimana dikonstruksikan oleh budaya patriarki selama ini. Perpendekan *cost* waktu ini membuat perempuan bisa mengalokasikan waktu dan tenaga untuk kegiatan lain guna memperbesar *benefit*. Bagi kaum miskin, efektivitas waktu ini sering menjadi pertimbangan utama. Meskipun terkesan merupakan suatu pemborosan (karena harus membeli produk pangan pabrikan daripada mengolah bahan pangan yang ada), namun efektivitas waktu yang didapat (memasak pangan instan relatif lebih cepat daripada mengolah dan memasak pangan sendiri) membuat kaum miskin (terutama perempuan) dapat mengalokasikan waktunya untuk kegiatan lain yang menghasilkan uang. Adanya pangan instan yang relatif mudah dimasak (bahkan oleh anak-anak sekalipun) bahkan membuat kaum perempuan miskin

tidak perlu banyak meluangkan waktu untuk memasak di dapur.

Hal yang paling dahsyat adalah munculnya kecenderungan pergeseran pola makan dari beras ke gandum. Amang dan Sawit (2001) menunjukkan bahwa masyarakat berpenghasilan relatif tinggi telah mengurangi konsumsi beras karena beras telah dianggap sebagai bahan inferior (Amang dan Sawit 2001). Hal ini didukung oleh survei yang dilakukan oleh Eviandaru, dkk. (2001) yang menunjukkan bahwa telah terjadi pergeseran pola makan dari nasi ke panganan non nasi. Sebanyak 24,9% responden menyatakan bahwa nasi atau bukan nasi, bergizi atau tidak bergizi, sudah tidak lagi menjadi pertimbangan utama. Para responden mengakui bahwa kandungan gizi mi instan masih kurang, sehingga 49,5% responden masih perlu menambahkan telur atau daging dalam penyajiannya. Bahkan setengah dari mereka sadar bahwa mengonsumsi mi instan berisiko terhadap kesehatan lantaran bahan pengawet di dalamnya. Anehnya, mereka justru menjadikannya sebagai makanan pokok sehari-hari (Eviandaru, dkk. 2001). Dalam konteks ini alasan yang paling mendasar dalam mengonsumsi mi instan adalah keefisienan dan kenyang.

Dari sisi daya saing, mi instan dipandang mewakili produk pangan yang modern yang diolah dengan metode yang modern pula. Lewat pencitraan ini mi instan dianggap dan dikonstruksikan memiliki nilai lebih dibandingkan makanan lokal (tradisional) yang diolah secara sederhana. Daya saing mi instan juga tercermin pada minimalisasi risiko salah atau perbedaan penyajian, seperti yang biasa terjadi pada masakan lokal (Khudori 2005:166). Homogenisasi ini bukan hanya semakin mempertinggi tingkat ketergantungan desa pada produk-produk dari luar, melainkan juga telah mematikan produksi panganan tradisional di kawasan tersebut.

Anak-Anak: Korban Iklan

Satu hal yang perlu diwaspadai oleh semua pihak yang ingin memprakarsai pembentukan kedaulatan pangan adalah bahwa cengkeraman kuku kapitalisme dan komersialisasi pangan kini tidak masuk melalui kekerasan dan todongan senjata, tetapi justru dengan bujuk rayu yang manis dan memabukkan seperti pencitraan di media massa. Cara tersebut terbukti jauh lebih efektif daripada menggunakan kekerasan dan pemaksaan.

Duapuluh lima tahun yang lalu, hanya segelintir perusahaan (Amerika) yang

mengarahkan pasaran mereka ke anak-anak: Disney, McDonald's, perusahaan pembuat permen, mainan, dan beberapa lainnya. Kini hampir semua perusahaan seperti perusahaan mobil, telepon, dan pakaian, juga telah menysar anak-anak sebagai lahan promosinya. Biro-biro iklan kini punya divisi anak-anak, dan kelompok ini cenderung punya nama yang terdengar manis: *Small Talk*, *Kid Connection*, *Kid2Kid*, dan lain lain. Pertumbuhan pengiklanan pada anak-anak bukan hanya didorong oleh upaya meningkatkan konsumsi masa sekarang, melainkan juga masa depan. Banyak perusahaan yang telah menyadari bahwa "kesetiaan merek" bisa bermula sejak dini pada umur dua tahun. Sebuah riset pasar menemukan bahwa anak-anak kerap dapat mengenali logo sebuah merek sebelum mereka bisa mengenali namanya sendiri (Schlosser 2002: 54—55). Atas dasar pertimbangan itulah Schlosser (2004) dan Ritzer (1996) mengatakan bahwa kini anak-anak telah menjadi "sasaran tembak" propaganda komoditi (panganan) pabrikan melalui iklan-iklan di televisi, radio, hingga promosi ke sekolah-sekolah dengan pembagian contoh produk secara cuma-cuma. Hal ini dapat dilihat dari gencarnya iklan berbagai produk anak-anak serta ik-

lan yang menggunakan anak-anak sebagai "media" pencitraan komoditi.

Appadurai (1986) mendefinisikan *komoditi* sebagai 'benda-benda yang memiliki nilai ekonomi (*economic value*)'. Nilai, bagi Simmel, tidak pernah melekat (inheren) pada objek (benda), namun merupakan sebuah penilaian yang diberikan oleh subjek. Dalam hal inilah pencitraan (baca: iklan) memiliki peran yang sangat penting dalam rangka menanamkan nilai pada objek yang ditawarkan (Appadurai 1986). Karena itu berbagai upaya dilakukan secara serius untuk dapat menanamkan citra komoditi (baca: mempengaruhi) ke benak anak-anak.

Salah satu upaya tersebut adalah dengan mengadakan berbagai riset tentang perilaku dan selera anak-anak. Periset pasar zaman sekarang bukan hanya mensurvei anak-anak di mal, melainkan juga mengorganisasi kelompok-kelompok studi khusus bagi anak-anak berusia dua dan tiga tahun. Mereka juga mengirim antro-

polog budaya ke rumah-rumah, toko-toko, dan restoran siap saji untuk mengamati perilaku calon konsumen itu. Mereka juga mempelajari kehidupan khayal anak-anak kecil, lantas menerapkannya ke dalam iklan-iklan dan desain komoditi yang ditawarkan (Schlosser 2002:57). Iklan-iklan tersebut dirancang sedemikian rupa membuat anak-anak—yang disebut oleh sosiolog Vance Packard sebagai "*wali salesman*"—mempunyai alasan untuk meminta (merengek) pada orang tuanya untuk membelikan komoditi tersebut. Rengekan dan tangisan anak-anak memang sering kali menjadi "senjata" yang efektif untuk meluluhkan hati orangtua mereka.

Hal yang sama juga terjadi dalam penelitian AKATIGA di Boyolali (2005). Rengekan dan permintaan anak membuat Ibu K, seorang warga Dukuh Makmur, "terpaksa" menyisihkan uang lebih banyak untuk uang jajan anaknya yang masih duduk di kelas 4 SD Inpres setempat (lihat boks 3).

Boks 3 Jeratan Iklan Pada Anak-Anak

Ibu K adalah seorang ibu rumah tangga (29 thn) dengan satu orang anak bernama Y, yang kini duduk di kelas 4 SD Inpres. Suaminya, Pak R, bekerja sebagai buruh tani.

Dalam satu hari, Ibu K harus mengeluarkan uang jajan sebesar Rp2.500,00 dan Rp2.000,00 untuk ongkos anaknya ke sekolah. Pengeluaran sebesar Rp2.500,00 untuk jajan setiap harinya dirasakan berat bagi Ibu K, namun beliau sering kali tidak kuasa menolak regekan anak bungsunya yang minta dibelikan jajanan (panganan) yang banyak dijajakan di warung atau dari penjaja keliling di depan sekolah. Pekerjaan suaminya yang sebagai buruh tani memang membuat Ibu K harus memeras otak untuk menghemat pengeluaran seefisien mungkin. Namun diakui oleh Ibu K, bagaimanapun anak tetap menjadi prioritas, sehingga segala daya dan upaya sering dilakukan untuk menyenangkan anak semata wayangnya itu.

Menu jajanan favorit Y adalah Chiki, Jelly, serta beberapa permen. Menurut Ibu K, anaknya selalu membeli makanan pabrikan dan sangat jarang mau membeli makanan tradisional seperti gaplek, getuk, dan sebagainya. Biasanya Y selalu menuruti "selera jajan" teman-temannya atau karena terpengaruh iklan di televisi. Bila ada panganan baru yang diiklankan secara besar-besaran di televisi, biasanya Y selalu meminta panganan tersebut ke ibunya dan juga ke penjaja panganan di sekolahnya. "*Aku pengen tumbas permen seng koyo nang tivi*" (aku ingin beli makanan seperti yang di televisi) begitu Y meminta pada ibunya. Bila sang ibu menolak dengan berbagai alasan (biasanya dengan mengatakan tidak punya uang), Y sering merujuk dengan gigih. Kegigihan anaknya inilah yang seringkali membuat Ibu K kehabisan alasan untuk menolak keinginan anaknya membeli berbagai panganan pabrikan tersebut.

Kasus yang ditampilkan dalam boks 3 hanyalah suatu contoh kecil dari proses komersialisasi pangan ke perdesaan. Kini anak-anak di perdesaan, setidaknya di kawasan penelitian, lebih mengenal dan menyukai panganan pabrikan seperti Chiki dan Jelly daripada panganan lokal seperti *gaplek*.

Fenomena lebih populernya makanan pabrikan daripada pangan lokal juga tampak pada warung-warung dan penjaja keliling yang biasa berjualan di depan sekolah dasar dan sekolah menengah negeri yang ada di sekitar kawasan penelitian. Penjaja keliling dan warung tersebut lebih banyak

menjajakan panganan pabrikan daripada panganan lokal (tradisional), seperti pisang goreng, bakwan, ubi rebus, dan kacang rebus. Panganan pabrikan yang banyak dijual antara lain berbagai macam roti, kacang, agar-agar, permen, mi instant, dan beberapa jenis panganan lain. Menurut Pak M, seorang penjaja keliling di depan SD Inpres Dukuh Subur, dirinya memilih untuk menjual pangan pabrikan karena memang panganan jenis itulah yang paling laku terjual bila dibandingkan dengan panganan lokal. Dalam konteks kedaulatan pangan, kondisi di atas dapat dimaknai sebagai wujud dari ketidakdaulatan pangan. Ketika kita sudah mulai sangat tergantung pada berbagai produk pangan pabrikan (yang tidak dapat kita produksi sendiri), ketika lidah telah cocok dengan berbagai selera dan rasa dari panganan pabrikan dan enggan untuk mencoba atau beralih pada pangan yang lain, ketika kita tidak peduli dengan matinya berbagai industri panganan tradisional, itulah yang dinamakan sebagai "ketagihan".

Pangan Bagi Si Miskin

Pangan, meski bentuknya serupa, memiliki makna yang berbeda bagi si kaya dan si miskin. Makan bagi si kaya bukan hanya urusan perut, melainkan juga gaya hidup (Redana 1997). Hal ini diperkuat oleh Ritzer (1996),

Schlosser (2004), dan Khudori (2005) yang juga menyatakan hal yang serupa. Tidaklah mengherankan bila kaum muda di perkotaan ada yang rela membayar Rp35.000,00 hanya untuk secangkir kopi di *Starbucks* atau di gerai kopi lainnya. Disinyalir banyak dari mereka yang tidak (hanya) "membeli kopi", tetapi justru "membeli suasana" atau untuk meningkatkan (atau menjaga) "gengsi sosial" di antara teman sepermainannya.

Jangankan merogoh kocek dalam-dalam untuk membeli gengsi sosial dan gaya hidup, sekadar mengganjal perut pun sulit. Itulah makna pangan bagi kaum miskin. Bagi kaum miskin (termasuk di dalamnya petani gurem dan tunakisma), pangan hanyalah sekedar urusan perut. Jangankan memikirkan gengsi sosial, keamanan dan kesehatan (gizi) pangan yang disantapnya pun sering diabaikan kaum miskin. Dalam konteks ini kaum miskin selalu menjadi pihak yang sangat rentan terhadap dampak negatif kapitalisme dan komersialisasi pangan.

Kaum miskin adalah pihak yang relatif memiliki akses dan kontrol yang sangat terbatas pada sumber daya yang penting baginya, termasuk pangan. Keterbatasan tersebut membuat pilihan mereka terhadap pangan yang me-

menuhi standar gizi dan keamanan yang baik juga sangat terbatas. Pangan yang relatif mampu didapatkan oleh kaum miskin adalah pangan yang murah. Pangan murah yang merupakan hasil dari pasar yang kapitalis sering tidak mengindahkan aspek kesehatan dan keamanan (bahkan kemanusiaan). Dengan dalih menekan biaya produksi, agar terjangkau oleh masyarakat miskin, para kapitalis kecil menghalalkan penggunaan zat yang berbahaya bagi tubuh manusia dalam pembuatan dan pengolahan pangan.

Prasetyo (2004) memaparkan survei Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) terhadap berbagai pangan dan minuman yang dijual di ratusan SD dari Nanggroe Aceh Darussalam hingga Irian. Survei tersebut menunjukkan bahwa dari 550 jenis panganan dan minuman yang diujikan, 60% tidak memenuhi standar mutu dan kemasan. Sejumlah 56% contoh jajanan tersebut dicemari bakteri beracun seperti *Escheria Coli* dan *Salmonella sp*, 50% mengandung zat pewarna *Rhodamin B* yang hanya diizinkan sebagai pewarna tekstil, dan 33% mengandung bahan pengawet berbahaya *Boraks* (Prasetyo 2004). Dalam hal ini siapakah korbannya? Masyarakat miskin yang daya belinya rendah, yang tidak memiliki banyak

pilihan, atau bahkan anak-anak kaum miskin, yang tidak hanya daya belinya rendah, tetapi juga awam terhadap pentingnya keamanan pangan. Lalu siapa yang diuntungkan? Para kapitalis industri pangan, baik yang berskala kecil ataupun besar, yang mendapatkan keuntungan besar dari strategi mereka menggunakan bahan-bahan berbahaya hanya demi memangkas biaya produksi dan mereguk keuntungan sebesar-besarnya

Penutup

Konsumsi: Bukan Lagi Anak Tiri

Kegiatan pertanian yang berkelanjutan dipercaya oleh banyak pihak sebagai salah satu cara mewujudkan kedaulatan pangan, baik bagi petani sebagai produsen dan konsumen pangan maupun bagi kalangan nonpetani yang jelas merupakan konsumen pangan. Kegiatan pertanian berkelanjutan bukan hanya sekadar menjaga keberlangsungan proses budidaya tanaman (aspek produksi), tetapi juga menjaga keberlanjutan sistem nafkah rumah tangga (petani) secara keseluruhan. Berbicara soal sistem nafkah rumah tangga otomatis akan terkait dengan bagaimana hasil pertanian tersebut dipasarkan (aspek distribusi) serta bagaimana rumah tangga tersebut memenuhi kebutuhan lain yang

tidak didapat dari pertanian (aspek konsumsi).

Aspek konsumsi serta kebijakan yang melingkupinya selama ini masih merupakan aspek yang relatif belum banyak tersentuh oleh program pertanian berkelanjutan. Padahal telah banyak hasil studi yang menunjukkan bahwa kini derasnya laju komersialisasi dan globalisasi pangan telah merambah hingga ke ranah tersebut. Perubahan pola konsumsi pangan, besarnya ketergantungan pada berbagai panganan pabrikaan, menjamurnya pangan pabrikaan, serta makin langkanya panganan tradisional merupakan beberapa indikasi betapa komersialisasi dan globalisasi pangan telah ada di depan mata kita.

Celakanya, komersialisasi dan globalisasi pangan tersebut kini telah merambah hingga ke kawasan perdesaan yang *notabene* merupakan kawasan sentra penghasil pangan (terutama beras). Hasil studi yang dilakukan oleh AKATIGA di Klaten (2004) dan Boyolali (2005) mengindikasikan kecenderungan tersebut. Salah satu temuan lapangan AKATIGA adalah munculnya mi instan sebagai idola baru makanan alternatif pengganti beras serta betapa anak-anak (petani) telah menjadi pelanggan setia pangan pabrikaan.

Sungguh ironis jika memang pada akhirnya keluarga petani sebagai produsen pangan ternyata menjadi pelanggan setia berbagai panganan pabrikaan hanya untuk sekadar mengisi perut. Makan kini bukan hanya urusan perut, melainkan juga gaya hidup. Schlosser (2002), Ritzer (1996), dan Khudori (2005) nyata-nyata menuinding pencitraan sebagai salah satu pintu masuk proses globalisasi pangan ke segala kalangan baik di kota-kota besar maupun kawasan perdesaan terpencil, baik orang tua maupun anak-anak. Iklan-iklan di televisi dengan berbagai bujuk rayunya berusaha menanamkan citra bahwa panganan pabrikaan adalah panganan "orang elite" dan panganan tradisional adalah makanan "orang udik." Ada pula yang mencitrakan bahwa panganan pabrikaan adalah bersih, bergizi, dan aman sementara panganan tradisional adalah kotor dan tidak aman. Siapa yang diuntungkan? Jelas para konglomerat pemilik pabrik panganan pabrikaan tersebut. Siapa yang dirugikan? Jelas para pengusaha panganan lokal yang bangkrut karena tidak mampu bersaing serta keluarga petani pada umumnya yang telah terjerat menjadi "konsumen setia" panganan pabrikaan tersebut.

Pangan adalah kebutuhan dasar manusia yang tidak tergantikan. Seorang

antropolog terkenal yang bernama Melville J. Herskovits menyatakan pangan adalah *the primary determinants of survival* bagi manusia. Karena itu pangan tidak boleh menjadi suatu komoditi yang diperjualbelikan untuk menumpuk keuntungan setinggi-tingginya di atas penderitaan orang lain. Pangan bukanlah komoditas ekonomi semata, melainkan juga komoditas politik. Kuat dan lemahnya suatu negara turut dipengaruhi oleh ketersediaan dan meratanya distribusi pangan tersebut ke seluruh lapisan masyarakat. Runtuhnya Orde Lama dan Orde Baru, misalnya, dipicu oleh guncangnya kondisi ekonomi bangsa Indonesia.

Oleh sebab itu, sudah sepantasnya bila pangan dan pola konsumsi yang menyertainya mendapatkan perhatian, curahan waktu, dan energi yang sama besarnya dengan aspek-aspek lainnya (produksi dan distribusi). Tidaklah pantas bila kita lebih memprioritaskan salah satu aspek dan menganggap remeh atau meniadakan aspek yang lainnya. Pada kenyataannya, dalam kehidupan sehari-hari, ketiga aspek tersebut (produksi, distribusi, dan konsumsi) bukan hanya saling terkait erat, melainkan juga saling berarsiran sehingga sangat sulit memisahkannya secara tegas.

Perlunya Pemberdayaan Pangan

Dalam konteks pertanian berkelanjutan yang banyak diinisiasi oleh LSM, apa yang perlu dilakukan? Meskipun masih sangat terbuka untuk diperdebatkan, namun ada beberapa langkah yang mungkin perlu dilakukan. *Pertama*, melakukan pemberdayaan secara struktural, salah satunya dengan melakukan advokasi terhadap kebijakan pangan atau kebijakan lain yang berdampak pada pangan. *Kedua*, melakukan pemberdayaan secara kultural dengan menggalakkan pendidikan pangan, terutama bagi generasi muda.

Advokasi kebijakan perlu dilakukan bukan hanya pada kebijakan pangan secara langsung, melainkan juga pada kebijakan lain yang, meskipun bukan merupakan kebijakan pangan, memiliki dampak pada kondisi pangan masyarakat miskin. Dalam hal ini diperlukan adanya "daya cium" yang tajam untuk melihat kebijakan mana saja yang dapat mengancam akses dan kontrol masyarakat miskin pada pangan. Diberlakukannya UU No. 32 Tahun 2004 tentang Otonomi Daerah membuat banyak pemerintah daerah seakan berlomba-lomba meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dengan cara mengundang investor untuk berinvestasi langsung di daerahnya. Masuknya berbagai prog-

ram pembangunan dan investor yang tanpa didahului dengan perencanaan yang matang justru akan mengancam kedaulatan pangan masyarakat setempat. Studi yang dilakukan AKTIGA di Klaten (2004) memperlihatkan salah satu contohnya.¹⁷ Adanya suatu kebijakan pangan yang berpihak pada masyarakat miskin mutlak diperlukan, tidak hanya untuk melindungi mereka dari jeratan kapitalisme pangan global (dan lokal), tetapi juga untuk melindungi pemenuhan hak mereka atas kebutuhan dasar sebagai umat manusia.

Pendidikan pangan juga menjadi suatu hal yang sangat mendesak yang perlu dilakukan. Generasi muda merupakan sasaran utama dari pendidikan pangan ini karena di tangan merekalah masa depan bangsa ini dipertaruhkan. Kita tidak perlu merasa malu untuk “meniru” metode yang dilakukan oleh kapitalisme pangan dalam menjerat generasi muda. Bila kaum kapitalis membuai dan menjerat generasi muda melalui metode dan kemasan yang manis, mengapa kita tidak melakukan hal yang sama untuk melepaskan jeratan tersebut? Metode pendidikan yang menarik dan “gaul” merupakan salah satu cara untuk membangun kesadaran pentingnya

melepaskan diri dari jeratan kapitalisme pangan pada generasi muda. Harus diakui bahwa membangun kesadaran merupakan hal yang sangat sulit, terlebih dalam era globalisasi informasi seperti sekarang ini. Karena itu kegiatan pendidikan pangan ini harus dilakukan secara berkala dan intensif. Tanpa itu, semua yang telah diajarkan akan sia-sia karena kembali tergerus oleh derasnya laju kapitalisme global. Dalam konteks pertanian berkelanjutan, penekanan perlunya melestarikan dan mengembangkan pangan lokal serta dampak penggunaan pangan pabrikan secara berlebihan baik dari segi kesehatan, keamanan, ataupun kedaulatan pangan perlu dilakukan.

Sejujurnya, saya tidak mengetahui sejauh mana tingkat keefektifan kedua “alternatif pemecahan masalah” di atas, sehingga usulan tersebut masih sangat terbuka untuk diperdebatkan kembali. Banyak hal yang sebenarnya perlu diperhatikan sebelum melaksanakan hal tersebut. *Pertama*, pangan dan pola makan adalah sesuatu yang sangat dipengaruhi oleh konteks alam serta kondisi sosial budaya masyarakat yang bersangkutan. Dengan demikian, siapapun yang akan memprakarsai pemberdayaan pangan

¹⁷ Lihat Hadiyanto dan Sari (2005).

haruslah membekali dirinya dengan pengetahuan yang cukup tentang alam dan kondisi sosial budaya masyarakat yang bersangkutan. Dalam hal pendidikan pangan misalnya, cara melakukan pendidikan tersebut, materi apa saja yang diberikan, serta hal-hal lainnya harus disesuaikan dengan kondisi masyarakat setempat.

Kedua, karena pangan sangat kental dengan konteks lokalitasnya (baik alam maupun sosial-budaya), apa yang telah dilakukan di suatu kawasan belum tentu akan cocok bila dilakukan di kawasan lain. Siapa pun yang akan melakukan pemberdayaan pangan tidak bias begitu saja menduplikasi apa yang telah dilakukan di kawasan lain.



Daftar Rujukan

BUKU

- Amang, Beddu, dan M. Husein Sawit. 2001. *Kebijakan Beras dan Pangan Nasional: Pelajaran Dari Orde Baru dan Orde Reformasi*. Bogor: IPB Press.
- Appadurai, Arjun. 1986. "Introduction: Commodities and the politics of value". *The social life of things*. Cambridge, New York, Melbourne: Cambridge University Press.
- Baudrillard, Jean. 2004. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Eviandaru, Monika, dkk. 2001. *Perempuan Post Kolonial dan Identitas Komoditi Global*. Yogyakarta: Lembaga Studi Realino bekerja sama dengan Kani-sius.
- Featherstone, Mike. 2001. *Postmodernisme dan Budaya Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fernando Funes, Luis Garcia, Martin Borque, Nilda Péres, dan Peter Rosset. 2001. *Sustainable Agriculture And Resistance: Transforming Food Production in Cuba*. Oakland: Food First Books.

- Hadiyanto, Tri dan Yulia Indrawati Sari. 2004. *Langkah Awal Memprakarsai Pembentukan Sistem Pangan Lokal: Studi Kasus Kecamatan Jatinom & Bayat, Kabupaten Klaten, Provinsi Jawa Tengah*. Bandung: Yayasan AKA-TIGA.
- Jatmiko, Tejo Wahyu (Editor). 2005. *Bumi Kita Menjadi Ladang Uji Coba: Resiko Rekayasa Genetik di Pertanian*. Jakarta: Komphalindo.
- Khudori. 2005. *Lapar: Negeri Salah Urus!*. Yogyakarta: Resist Book.
- Murtaman, Dwi. R, Arif Aliadi, dan Karika Sandra. 1999. *Dari Linnaeus sampai Monsanto: Pembajakan Sumber Daya Hayati*. Bogor: Pustaka Latin.
- Prasetyo, Eko. 2004. *Orang Miskin Dilarang Sakit*. Yogyakarta: Resist Book.
- Redana, Bre. 1997. "Ongkos Sosial gaya Hidup Mutahir", dalam Ibrahim, Idi Sumbandy (peny.). *Ecstasy Gaya Hidup: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat komoditas Indonesia*. Bandung: Mizan.
- Reijntjes, Coen, Bertus Haverkort, dan Ann Water-Bayer. 1999. *Pertanian Masa Depan: Pengantar untuk Pertanian Berkelanjutan dengan Input Luar Rendah*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Ritzer, George. 1996. *The McDonaldization of Society: An Investigation into Changing Character of Contemporary Social Life*. California, London, New Delhi: Pine Forge Press.
- Saliem, Handewi P, Sri Hastuti Suhartini, Purwoto Adreng dan Gatot Sroe Harsono, Gatort Sroe. 2004. *Dampak Liberalisasi Perdagangan Terhadap Kinerja Ketahanan Pangan Nasional, Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian*. Bogor: Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen Pertanian.
- Saragih, Sebastian E. 2004. Dampak Pengalihan Produksi dari Indonesia sebagai Negara Berkembang ke Negara Maju Terhadap Ketahanan Pangan Indonesia. Diskusi Agriculture Policy for The Future oleh UNSFIR di Jakarta, 12-13 Februari.

- Setiawan, Bonnie. 2003. *Globalisasi Pertanian: Ancaman Atas Kedaulatan Bangsa dan Kesejahteraan Petani*. Jakarta: The Institute for Global Justice.
- Schlosser, Eric. 2004. *Negeri Fast Food*. Yogyakarta: INSIST Press.
- Sosialismanto, Duto. 2001. *Hegemoni Negara: Ekonomi Politik Perdesaan Jawa*. Yogyakarta: Lapera Pustaka Utama.
- Ya'kub, A. 2004. *Pandangan dan Sikap Dasar Federasi Serikat Pekerja Indonesia (FSPI)*. Jakarta.
- Wangsit, dan Supriyana (Editor). 2001. *Belajar Dari Petani: Kumpulan Pengalaman Bertani Organik*. Yogyakarta: SPTN-HPS, Lesman, Mitra Tani.
- Witoro. 2005. *Kedaulatan Pangan: Sebuah Pengantar*. Bogor: Koalisi Rakyat Untuk Kedaulatan Pangan.

SURAT KABAR

Sinar Harapan, 30 April 2003

Pikiran Rakyat, 16 Januari 2006

INTERNET

<http://www.biocert.or.id/mitra-gitapertiwi.php>

<http://www.lablink.or.id/Agro/agr-sust.htm>

<http://www.viacampesina.org>

<http://www.sovereignty.org.uk/features/articles/root2.html>

